

ارزیابی چالش های پیش روی رسانه های چاپی در عصر دیجیتال
(مطالعه موردی جزیره کیش)

حبیب حمزه^{۱*}، محمدباقر حمزه^۲، عقیل نقشبندی^۳

کارشناس ارشد مدیریت رسانه از دانشگاه تهران، پردیس بین المللی کیش^۱

Habib.hamzeh@gmail.com

دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی گرایش مدیریت بازاریابی، مجتمع بین المللی تبریز دانشگاه آزاد اسلامی^۲

Hmzh110@yahoo.com

دانشجوی دکتری علوم سیاسی، گرایش روابط بین الملل، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب^۳

Aghil_naghshbandi@yahoo.com

چکیده

هدف اصلی از این پژوهش ارزیابی چالش های پیش روی رسانه های چاپی جزیره کیش در عصر دیجیتال می باشد، پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گرد آوری اطلاعات توصیفی تحلیلی، پیمایشی می باشد، نمونه آماری این تحقیق ۳۷۸ نفر است. پژوهش حاضر به روش کمی در جزیره کیش انجام گرفته است که پرسشنامه بین نمونه های انتخابی توزیع شده است. با توجه به نتایج به دست آمده در سطح ۹۹ درصد نشان از آن دارد که مخاطبان رسانه های چاپی و دیجیتال بیشترین اهمیت را به شخصی شدن می دهد، همین امر ضمن اینکه منجر به صرفه جویی در زمان می شود مطالب آماده و مورد علاقه مخاطب نیز بدون هیچ محدودیتی در اختیارشان قرار می گیرد. و کیفیت محتوایی روزنامه های چاپی و روزنامه الکترونیکی نشان از آن دارد که در مجموع مخاطبان علاقمندی بیشتری را به روزنامه های دیجیتال دارند زیرا به دلیل اینکه تنوع اطلاع رسانی نسبت به روزنامه های چاپی بیشتر است و قابلیت صحت و درستی اخبار، دسترسی به واژه ها و کاربرد طرح های گرافیکی بدون محدودیت از ویژگی های روزنامه های دیجیتالی می باشد. و فرایند دستیابی به روزنامه های چاپی و روزنامه الکترونیک که شامل کلیه مراحل و عواملی از قبیل محدودیت های زمانی و مکانی، واسطه ها، تکنولوژی، صرف هزینه و... می باشد بهتر از روزنامه های چاپی است.

کلمات کلیدی: چالش های رسانه های چاپی، مطبوعات سنتی، رسانه های دیجیتالی، کیفیت محتوایی، فرایند دستیابی

نویسنده مسئول: حبیب حمزه*

کارشناس ارشد مدیریت رسانه از دانشگاه تهران، پردیس بین المللی کیش

habib.hamzeh@gmail.com

۱. مقدمه

با ورود تکنولوژی های نوین ارتباطی و شتاب شگفت انگیزی که در عصر ارتباطات الکترونیکی است. روند افزایش کمی و تغییرات کیفی رسانه های گروهی در سال های اخیر یک تحولی کاملا مشهود و غیر قابل انکار است. ورود رسانه های الکترونیکی عملکرد رسانه های چاپی را تحت تاثیر قرار داده است. به همین منظور می توان گفت علاوه بر تلویزیون، رادیو، کتاب، روزنامه ها حتی پایگاه های خبری و اطلاع رسانی به تنهایی یک رسانه کار آمد محسوب نمی شوند. با همه گیر شدن این ابزارها مشاهده بوجود آمدن گوشی های هوشمند و اپلیکشن های متعدد و به خصوص شبکه های اجتماعی بوده ایم.

با وجود موانع پائین ورود به شبکه های اجتماعی، این رسانه ها فضای آسانی برای روزنامه نگاری به مفهوم گزارش تحولات، آپلود ویدئو ها و متن ها به صورت مستقیم در فضای مجازی فراهم می کند. (وست^۱، ۳۳۶: ۲۰۱۱). این اتفاق مهم زمانی رخ داد که روزنامه های مکتوب تحت تاثیر پایگاه های اطلاع رسانی آنلاین بر خط شده بودند. که باعث شده در اطلاع رسانی و دسترسی به اطلاعات به نحوه مطلب صورت بگیرد و محدودیت های زمانی و مکانی اعم از توزیع آسان، قابلیت جستجو، آرشیو الکترونیکی، دسترسی نا محدود و کامل، جریان آزاد اطلاعات، عدم نیاز به شبکه توزیع، انتشار نشریه بدون نیاز به کاغذ، صرفه جویی در هزینه ها، فضای لازم برای درج خبر، دسترسی در هر ساعتی از شبانه روز از قابلیت های رسانه های الکترونیک در مقایسه با رسانه های چاپی است. به همین دلیل رسانه های الکترونیک به سرعت توانست به عنوان یک رسانه آنلاین تغییرات اساسی و تحول بزرگی در عرصه رسانه ملی ایجاد کند. همین امر باعث کاهش چشمگیر تیراژ روزنامه ها شد. و به دنبال آن تغییر و تحولات در عرصه رسانه اتفاق افتاد. فراگیر شدن شبکه های اجتماعی آنقدر محسوس و نگران کننده شده است که هر فردی با هر سطحی از جایگاه و شعور اجتماعی می تواند به عنوان یک رسانه ایفای نقش کند. در جامعه اطلاعاتی رسانه ها جز لاینفک زندگی جامعه بشریت است و چنان شتابان و با سرعت اطلاعات در حال انتشار است که به عنوان قدرت برتر در کل جهان سیاست گذاری می کند و باید ها و نبایدها، در جوامع کنونی از رسانه ها تاثیر می پذیرد و تمامی فعل و انفعالات رفتاری در قالب فرهنگ یک جامعه زیر ذربین رسانه هاست. روزنامه های الکترونیکی در سطح گسترده جغرافیایی قابلیت ارائه اطلاعات، وقوع حوادث، رویدادها را در قالب متن، تصویر و فیلم از هر نقطه ای از دنیا در عرض یک ثانیه به مخاطب خود اطلاع رسانی می کند که بدون شک همین ابزار رسانه ای بر مطبوعات سنتی تاثیر گذاشته است.

در عصر حاضر مطبوعات را رکن چهارم دموکراسی بر شمرده اند، این امر نشان از اهمیت و تاثیر شگرف این ابزار در جامعه امروزی دارد (محمد مکتبی، ۳: ۱۳۸۴). مطبوعات، یکی از رایج ترین و شاخص ترین محصولات جامعه صنعتی است. در نیمه دوم قرن نوزده و نیمه اول قرن بیستم، مطبوعات، ویژگی های یک صنعت بزرگ را به خود گرفت و مصرف مرتب آن، دست کم در کشورهای غربی در میان توده مردم فراگیر شد و به صورت نوعی عادت و رفتار اجتماعی در آمد. در دنیای امروز، مصرف روزنامه و مجله، ضابطه ای بسیار گویا برای اندازه گیری میزان پیشرفت و توسعه هر کشوری است (پیر آلبر^۲، ۱: ۱۳۶۸). اصحاب رسانه ها می کوشند تا با القاب مثبت و یا منفی، برداشت های اولیه ما را نسبت به موضوعات مورد نظر تحت تاثیر قرار دهند. که به کار گیری بعضی عناوین مثبت، مانند دموکرات^۳، آزادی خواه، نجات بخش و یا بعضی عناوین

۱. West

۲. Pierre Alber

۳. Democrat

منفی مانند تروریست، متحجر، محور شرارت و... ممکن است ما را به نتیجه ای متفاوت سوق دهد و نوع برداشت ما را نسبت به یک فرد و یا مفهوم خاص متاثر سازد (لی^۱، ۱۲:۱۹۹۳). با گسترش و پیشرفت ارائه خدمات اینترنتی باعث بوجود آمدن ارتباطات وسیعی تحت ارتباطات الکترونیکی در سطح گسترده جغرافیایی شده است. این پدیده روزنامه های مکتوب را به چالش اساسی کشیده است. روزنامه نگاری الکترونیکی که در سرزمین اصلی چند سالی است پا به عرصه وجود گذاشتند و به تقابل با روزنامه های چاپی پرداخته اند. هر چند که روزنامه های جزیره کیش الکترونیکی نیست اما نکات جالب توجه در این ارتباط نحوه اثرگذاری و اثرپذیری روزنامه های الکترونیک سراسری بر مطبوعات چاپی جزیره کیش می باشد که به عنوان چالش های روزنامه های چاپی بر روزنامه های الکترونیکی است.

۲. چارچوب ادبیات نظری تحقیق

رسانه های چاپی:

تکمیل صنعت چاپ در اروپا، پس از ایجاد خط و تهیه کاغذ و دست نوشته ها بصورت خبر روز (روزنامه) تحول بزرگی در زمینه ارتباطات اجتماعی محسوب می شود. مطالعات تاریخی نشان می دهند که نخستین کوشش جوامع انسانی در راه تکثیر و حفظ نوشته ها با حکاکی کلمات بر روی گل و تهیه آجر صورت گرفته است. مرحله بعدی کوشش انسان در راه چاپ، حک کردن کلمات بر روی قطعات چوب و تکثیر آن ها با کاغذ است که قرن ها پیش در چین معمول شده بود (معمد نژاد، ۱۳۸۶:۶۱). با ورق زدن تاریخ و بررسی پیشینه مطبوعات به یک نقطه عطفی در زندگی جامعه بشریت میرسیم که منشا تحولات عظیم فرهنگی است که پیدایش مطبوعات در زمره همین دوران می باشد. روزنامه ها بخشی جدایی ناپذیر از اکوسیستم رسانه های محلی هستند. در واقع، آنها اغلب تنها صدای اخبار در یک جامعه هستند (دامین رادکلیف و کریستوفر آلی^۲، ۲۰۱۷:۱۵) قدرت مطبوعات سنتی آنچنان در اذهان عمومی تاثیرگذار است که این رسانه کوچک توان انقلاب بزرگی همچون انقلاب جمهوری اسلامی ایران را دارد. قبل از انقلاب در حالی که آیت الله خمینی و دیگر رهبران مذهبی به خارج از کشور تبعید شده بودند، پیام ها به شکل کاست برای پیروانش ارسال می شد. و سپس چاپ و تکثیر می شدند. در انقلاب ایران در حقیقت مردم با هم بر خورد نداشتند بلکه بر خورد بین رسانه های بزرگ در برابر رسانه های کوچکتر بود و سرانجام رسانه های سنتی پیروز شدند (راجرز^۳، ۲۵۴-۲۴۴:۱۹۸۶). این نتیجه نشان از آن دارد که قدرت رسانه های چاپی به مراتب تاثیر قابل توجهی در مخاطبان خود دارد و به عنوان یک سند چاپی قابل دسترسی و ماندگار در اذهان عمومی است و اکثریت مخاطبان تمایل زیادی برای ورق زدن روزنامه همراه با بوی نفتی که از کاغذ روزنامه ها به مشام می رسد با علاقه خاصی خبر رسانه های چاپی را دنبال می کنند.

وسعت و دوام خبر:

برنامه های خبری نه تنها اطلاعات فوری را ارائه می دهند، بلکه موارد خبری را نیز به طور مداوم به روز می کنند. ارائه یک محیط بهتر برای تبادل اطلاعات بین کاربران آن در مقایسه با رسانه های معمولی مانند: روزنامه یا مجله چاپی همزمان یک پوشش بزرگتر را فراهم می کند (الانگوان و گوپتا^۴، ۲۰۱۵:۱). انتشار اخبار به دو روش رادیویی و تلویزیونی در قالب شفاهی و تصویری در زمان کوتاه پخش می شود، مخاطبان رادیو همزمان بدون صرف زمان و تمرکز به پخش برنامه های رادیویی در حین فعالیت های روزانه خود می توانند به اخبار پخش شده گوش دهند اما

۱. Lee A. M and E B Lee

۲. Local media ecosystem

۳. Damien Radcliffe & Christopher Organic

۴. Rogers, Everett

۵. Elangovan N, Harshit Gupta

مخاطبان تلویزیونی محدود به مکان و زمان پخش اخبار می باشند. و به دلیل محدود بودن تایم و سرعت پخش اخبار، احتمال بسیار زیاد مبنی بر فرار بودن اخبار پخش شده می باشد و دیگر رجوع به اخبار منتشر شده امکان پذیر نمی باشد. در روزنامه های چاپی برعکس رادیو و تلویزیون به طور مداوم میتوان به آن ها دسترسی داشت و در یک زمان مشخصی از روز که توسط شبکه توزیع منتشر می شود با صرف هزینه ای اندک روزنامه مورد نظر را دریافت کرد. حسن بزرگی که رسانه های چاپی نسبت به رسانه های ارتباط جمعی دارد این هست که در هر مکانی اعم از اتوبوس، محل کار، خانه و پارک می توان آنها را مطالعه کرد و ضمن اینکه یک نسخه چاپی است و به دفعات متعدد قابل دسترسی می باشد، برای مطالعه در اختیار دیگران نیز قرار می گیرد. و می توان در آرشیو نگهداری و به عنوان یک سند چاپی به آن اسناد کرد. در مطبوعات چاپی تنوع خبری برای مخاطبان نسبت به رادیو و تلویزیون بیشتر است.

اعتبار مطبوعات چاپی از دو جنبه قابل بررسی است: نخستین جهت در نظر گرفتن بینش سیاسی - اجتماعی و منافع خواننده است. هر خواننده ای معمولاً به نشریه ای تمایل پیدا می کند که منافع فرهنگی طبقاتی او را اصل بداند. جنبه دوم اعتبار مطبوعات، به مرجعیت آن به عنوان مجموعه ای از اطلاعات و اخبار باز می گردد. (نک مارتین واکر^۱، ۳:۱۳۷۲).

رسانه های دیجیتالی:

اطلاعات زیادی در اینترنت وجود دارد که طیف گسترده ای از موضوعات را پوشش می دهد. به کسانی که مایل به پیدا کردن اطلاعات هستند، تقریباً وجود دارد، فضای مجازی تشنگی دانش را خنثی می کند. از بهار سال ۲۰۱۱، دولت های مختلف در کشورهای عربی از جمله مصر، تونس و لیبی توسط تظاهراتی که از سوی مردم آغاز شد، سرنگون شدند رسانه ها در برخی موارد، رسانه های اینترنتی^۲، به ویژه رسانه های اجتماعی^۳ مانند فیس بوک و توییتر، برای ابزار انقلابی استفاده شده است (بریان جی داراک^۴، ۳:۲۰۱۳). مورخان از مدت ها قبل متوجه شده اند که ورود فناوری های جدید، شکل های سنتی رسانه های جمعی را تحت تاثیر قرار داده است تا تغییرات ایجاد کند (شاو^۵، ۱۹۹۱). زمانی که عامه مردم به فناوری اطلاعاتی و ارتباطی مجهز شوند، قدرت به آنان منتقل خواهد شد. اینترنت در حد نهایی خود، اجتماعی الکترونیک است که از شبکه وسیعی از شهروندان آزاد و برابر در سطح جهان تشکیل شده است. این شهروندان قادرند درباره همه جنبه های زندگی بحث کنند بی آنکه نسبت به کنترل ها و نظارت های دولتی و حکومتی هراسی داشته باشند (لودر^۶، ۱۹۹۷). در دهه های پیشین، روزنامه ها قبل از اینکه تکنولوژی تأثیری بر صنعت رسانه های چاپی داشته باشد، نسبتاً صاف بود (گlen^۷، ۳۶:۲۰۰۶) اما، بر خلاف گذشته، رسانه های چاپی سنتی، به دلیل چالش های مکرر و رقابت ها به سمت یک قلمرو دیجیتالی کاملاً جدید می روند (سئوک یو^۸، ۶۹:۲۰۰۳). با این وجود، امروز شاهد تغییری نه تنها در رسانه های چاپی بلکه وب سایت ها هم هستیم. خوانندگان به طور فزاینده ای به دنبال ویژگی های اضافه شده برای افزایش خواندن و کارایی خود هستند. هنگام تصمیم به خرید نسخه الکترونیکی روزنامه یا مجله، بیش از ۵۰ درصد از کسانی که مورد بررسی قرار می گیرند، به دنبال یافتن محتوای مرتبط، محتوای اضافی که در چاپ نیست و ویدیوهایی که داستان های آنها

۱. NEK Martin Waker

۲. Internet media

۳. social media

۴. By Bryan J. Dworak

۵. D.L Shaw

۶. Loader B. D.ed

۷. Glen, Ward Scott

۸. Seok Yoo

را می خوانند، می پردازد. رسانه های چاپی آجر و ملاتی است که همچنان شاهد کاهش فروش چاپ هستیم؛ تنها نقطه روشن بازار نرم افزاری است که تقاضا به سرعت در حال افزایش است (دولوتیت^۱، ۲۰۱۰:۴).

دروازه بانی خبر:

ویراستاران دیگر دروازه بانان اخبار نیستند. منابع بسیاری از اخبار را پیدا می کنند. مخاطبان تصمیم می گیرند چه چیزی خواندنی است و جایی که می خواهند بروند را به اختیار بر می گزینند. عموم مردم به طور فزاینده ای اخبار خود را از شبکه های تلویزیونی اصلی نمی گیرند. هنگامی که ما به اینترنت می رویم، هر یک از ما ویرایشگر و دروازه بان خودمان هستیم. ما نوع اخبار و نظراتی که بیشتر به آن توجه می کنیم را انتخاب می کنیم (سو بورزینسکی بولارد^۲، ۲۰۱۳:۳). دروازه بانی خبر فرآیند گسترده ای از کنترل اطلاعات، شامل تمام جنبه های رمزگذاری پیام، نه فقط انتخاب بلکه ممانعت از نشر، انتقال، شکل دهی، ارائه و عرضه، تکرار، زمان بندی در طول مسیر انتقال از منبع به گیرنده است به عبارتی، دروازه بانی شامل تمام جنبه های انتخاب، نگه داشتن و کنترل پیام است (بروجردی علوی^۳، ۱۳۸۰).

مزایای روزنامه نگاری الکترونیک:

ارائه اخبار آنلاین گسترده تر از رسانه های سنتی است، رسانه ای که به عنوان یک رسانه اینترنتی در سطحی متفاوت تعامل و بازخورد برای خوانندگان ایجاد می کند. نقاط ورود برای خوانندگان از طریق کنار هم قرار دادن بسیاری از اطلاعات در یک صفحه واحد معمولاً از بالا به پایین و یا حداقل در بخش شروع و به اصطلاح اطلاعات در یک صفحه وب برای کاربران ایجاد شده است که این مزایا به ویژگی های این رسانه می افزاید. شخصی سازی نیز توانایی کاربران را برای انتخاب اخبار مورد علاقه خود توصیف می کند. آنها در حالی که اطلاعات دیگر را نادیده می گیرند اخبار مورد علاقه خود را مرور می کنند. این نوع تعامل با اطلاعات به عنوان "کشیدن" شناخته می شود. محتوا نیز فرآیند دیگری است که به عنوان push^۴ شناخته می شود، و کاربران اطلاعات مربوطه را با محتوا انتخاب می کنند (دانیلا دیمیترو و مت نیزانسک^۴، ۲۰۰۶:۴). تکنولوژی رسانه های جدید یک مفهوم چند بعدی است که اجزای آن به عنوان یک آغاز برای درک پیچیدگی ارتباطات متصل به کامپیوتر است. که مستقیماً به طبقه بندی مربوط می شود، منابع آنلاین قابل اندازه گیری با مشاهده تکنولوژی وب موجود، پیچیدگی از محتوای، پاسخ به کاربر، سهولت اضافه کردن اطلاعات توسط مصرف کننده است (مسی و لوی^۵، ۱۳۸۰:۱۹۹۹). در طول چند سال گذشته افزایش سطح علاقه به تأثیر رسانه های اجتماعی در صنعت خبر وجود داشته است، به ویژه از آنجایی که مشخص شده است که این صنعت به طور اساسی و غیرقابل جبران صنعت را از آنچه که در قرن بیستم بوده است، تغییر داده است. اینترنت، تا آنجا که به کارآمد رسانه های اجتماعی متمرکز است، جهان و ساکنان آن را به هم نزدیک تر کرده است و زمینه اخبار، جایی که چنین فاصله قابل توجهی بین پخش کننده، روزنامه نگار و خواننده وجود داشته است. را با هم آشنا کرده است (چنی توماس^۶، ۲۰۱۳:۶) و مخاطبان زیادی به سمت رسانه های الکترونیک جذب شده است. خدمات ارائه شده اینترنت در ایران از سرعت بسیار کمی نسبت به کشورهای دیگر برخوردار است اما این محدودیت تأثیری بر توسعه ارتباطات الکترونیکی به خصوص در عصر دیجیتال^۷ نداشته است و

۱. Deloitte et all

۲. Sue Burzynski Bullard

۳. Push

۴. Daniela V. Dimitrova & Matt Neznanski

۵. Massey, B. L., & Levy, M. R

۶. Cheney Thomas

۷. Digital age

شاهده دگردیسی در عرصه ارتباطات جمعی بخصوص تغییر رسانه های چاپی به رسانه های دیجیتالی در داخل کشور هستیم. همانطوری که روزنامه نگاری الکترونیکی ویژگی ها و مزایایی را دارد، معایبی را هم نیز دارد که می توان به شکاف دیجیتالی، اعتبار و اصالت خبر و اطلاعات زیان بار اشاره کرد.

دیجیتالی شدن اطلاعات:

دیجیتالی شدن اطلاعات برابر با غیر مادی شدن آن است که اعمال داده ها حالتی غیر مادی پیدا می کنند. و میان اطلاعات و حامل آن جدایی ایجاد می شود. هنگامی که کاربر متن یا تصویری را اسکن می کند، اعمال نسخه دوم و دیجیتالی آن اطلاعات را به وجود می آورد؛ نسخه ای که به شکل دوتایی به حافظه سپرده میشود و میتوان آن را ثبت، ذخیره و تکثیر کرد و یا آن را انتقال داد(سولماز نوری و علی شاه شجاعی، ۲۹:۱۳۸۹). هر چند با بهره گیری از فناوری اطلاعات، همه دنیا می تواند از موقعیت های به دست آمده نهایت استفاده را ببرند. مسائل و مشکلات این تکنولوژی، در تمام دنیا تقریبا یکسان است. دیجیتالی شدن کارها ممکن است موقعیت های شغلی را کاهش دهد، اما در عوض زمینه های تازه تری از مسائل را ایجاد میکنند. در صورتی که از اطلاعات محافظت نشود و محتویات محیط دیجیتالی، پایگاه داده ها و اطلاعات محرمانه افراد برای اشخاص غیر مجاز علنی شود، ممکن است ضررهای مالی فراوانی رخ دهد و امور افراد زیادی به مخاطره بیفتد. در تمامی جهان سالانه میلیون ها دلار نرم افزار به طور غیر مجاز کپی میشوند که این امر ضربه سختی به صنعت نرم افزار جهان وارد میکند. با وجود چنین شرایطی، حقوق اساسی افراد با استناد بر قانون آزادی بیان و آزادی مطبوعات در محیط های دیجیتالی زیر سؤال می رود، بنابر این باید دنبال راه چاره بود بود(برادرگست^۱، ۱۱۳، ۱۱:۲۰۰۳). هر گاه نسخه ای چاپی در فضای مجازی و یا همان الکترونیک انتشار پیدا می کند احتمال تغییر و دگردیسی ساختاری مطلب انتشار یافته وجود دارد همانطوری که نسخه های الکترونیکی مزایا و ویژگی های بسیار زیادی نسبت به نسخه های چاپی آن دارد در عین حال رعایت اصول و قوانین حاکم بر فضای مجازی برای آزادی بیان نیز از اهمیت بسیاری برخوردار است و بایستی از آن تبعیت کرد.

آزادی عقیده یا آزادی بیان، ابراز آزادانه و بدون سانسور عقیده^۲ است. آزادی بیان از شاخص های حقوق بشر محسوب میشود که تحت نظر قوانین بین المللی ضمانت شده است(سولماز نوری و علی شاه شجاعی، ۲۹:۱۳۸۹). اگر حق آزادی بیان را به دنیای دیجیتال تعمیم دهیم، با حقوقی مثل: حق جستجوی اطلاعات و عقاید گوناگون «حق» دریافت آزاد اطلاعات و ایده ها و حق پراکندن اطلاعات و ایده ها مواجه خواهیم شد(مسعودی، ۱۶:۱۳۸۳). اکثر آنچه که وب سایت های خبری را تشکیل می دهد شامل داستان هایی است که از رسانه های سنتی(مانند روزنامه ها و پخش تلویزیونی) بازیافت شده است و به صورت آنلاین در یک عملیات معروف به 'shovelware'^۳ نوشته شده است. سازمان های خبری می توانند محتوای خبری آنلاین خود را به روش های مختلفی تقویت کنند. لینک ها می توانند سفر آنلاین کاربر را با اضافه کردن اطلاعات پس زمینه و فراهم آوردن زمینه های بیشتر برای یک داستان خبری پیشرفته غنی سازی کنند. وب همچنین به تولید کنندگان اخبار اجازه می دهد محتوای بصری افزایش یافته را فراهم کند. اضافه کردن تصاویر راهی است برای رسیدن به هدف. در حالی که رسانه های چاپی سنتی به طور معمول برای انتخاب تصاویر محدودیت هایی دارند، ولی سازمان های خبری توانایی ایجاد گالری های آنلاین را فراهم می کنند که دسترسی کاربران به محتوای بصری بیشتری شود. عکس ها در تقویت محتوای متنی و تمرکز توجه خواننده آنلاین به جنبه های جالب در گزارش خبری موثر هستند.

^۱. Broadhurst, R

^۲. Censorship of opinion

^۳. shovelware

متن سنتی می تواند با تصاویر متحرک، صدا و پیوندها به اطلاعات بیشتر در یک داستان واحد ترکیب شود. دوز^۱ می گوید این جوشاندن اشکال به عنوان یک ویژگی به طور عمده برای روزنامه نگاران است این تکنولوژی همچنین اجازه می دهد تا روزنامه نگاران آزادی بیشتری برای ارائه اخبار به طرق مختلف داشته باشند. اکثر نویسندگان بر این باورند که معمولا شامل ترکیب چند رسانه ای ترکیبی از متن، صدا و ویدئو مورد استفاده برای انتقال اطلاعات در محیط خبر رسانی آنلاین است علاوه بر محتوای چند رسانه ای، روزنامه نگاری آنلاین، فرصت هایی را برای کاربر فراهم می کند تا به طور کامل با محتوای آنلاین بیش از صرف کلیک کردن بر روی لینک های hyperlinks^۲. باشد. این مرحله در مدل ما، خوانندگان اخبار آنلاین را دسترسی به ویژگی هایی مانند اتاق گفتگو، تالار گفتمان و نظرسنجی های آنلاین می دهد تا نظرات خود را بیان کنند و مطالب مربوط به محتوای خبری را ارائه دهند. به طور مفهومی، این گزینه های تعاملی مربوط به ابعاد تعاملی میان فردی است. در اوایل (۱۹۹۷) بحث در مورد مراحل فن آوری آنلاین بسیار زیاد بود تکنولوژی ارتباطات به وضوح به مرزهای (پهنای باند) گسترش می یابد، به نظر می رسد که ابزارهای موجود در حال حاضر، مانند جریان های صوتی و تصویری، با ایده های پیشرفته ای که هنوز در مقیاس وسیع اجرا نشده اند، زودتر به نتیجه برسد. با این حال، مهم است که محتوای اخبار آینده آنلاین را به رسمیت شناخت (دانیلا دیمیترووا و مت نیزانسکی^۳، ۲۰۰۶:۲۵۲).

با توجه به ادبیان نظری پژوهش حاضر و پیشینه تحقیقات موجود به بررسی مطالعاتی که در داخل و خارج از ایران انجام شده است به آن می پردازیم.

مطالعاتی که در داخل ایران انجام شده است منتسب به بهاره نصیری و علیرضا محمدی نژاد گنجی (۱۳۸۵) تحت عنوان چالش های روزنامه نگاری الکترونیک در برابر روزنامه نگاری مطبوعاتی است. در این تحقیق اشاره به ورود تکنولوژی های نوین ارتباطی و قالب روزنامه های چاپی که ترکیبی از متن، تصویر و انیمیشن را درنوردیده است مربوط می شود و باعث تکاپوی روزنامه های چاپی برای رقابت با روزنامه های الکترونیکی، خود را در بستر الکترونیک جای داده اند. تا مردم قدرت ارتباطی را از رسانه ها یا همان دروازه بانان و گزینش گران پس بگیرند که در قالب روزنامه های الکترونیکی و وبلاگ ظهور می کنند. به طوری که موجب شده است تا مخاطبان کنترل فعال تری بر جریان های اطلاعاتی اعمال کنند و رفتارهایی را نیز به جریان های رسانه ای تحمیل کنند. این جا به جایی در واقع همان انقلاب ارتباطی است. فهیمه دانشگر و حدیث حاتم وند (۱۳۹۴) به بررسی رابطه تکنیک های دیجیتالی با خلاقیت در آگهی های مطبوعاتی از سال ۱۳۷۰ تا ۱۳۸۶ در ایران پرداخته اند. در این پژوهش معیارهای خلاقیت در تبلیغات و به دنبال آن بررسی چگونگی تأثیر تکنیک های دیجیتالی بر بروز خلاقیت در طراحی آگهی های مطبوعاتی دوره مورد نظر بوده است. نتایج این تحقیق نشان از رابطه معناداری بین تکنیک های دیجیتالی و بروز خلاقیت در آگهی های مطبوعاتی در ایران بود. از این رو این آگهی ها علیرغم زیبایی و حسن اجرا عمدتا برانگیزاننده نبود و بر مخاطب موثر واقع نمی شوند. سید جواد امام جمعه زاده و همکاران (۱۳۹۱) پژوهشی تحت عنوان: بررسی رابطه مصرف رسانه ای و انسجام اجتماعی را در شهر تبریز با جامعه آماری ۳۸۴ نفر ارائه دادند که در این تحقیق سه مولفه (رسانه های چاپی، رسانه های الکترونیک و رسانه های دیجیتال) را مورد بررسی قرار دادن نتایج حاصل از این پژوهش نشان از همبستگی معناداری میان مصرف رسانه و انسجام اجتماعی پاسخ گویان وجود داشت. تحقیق دیگری که توسط پروانه پیشنمازی (۱۳۹۱) انجام شده است به بررسی وضعیت رسانه های الکترونیک و روزنامه نگاری آنلاین در ایران و چشم انداز آتی آن ارائه کرده است. در این پژوهش وضعیت رسانه های جمعی و بویژه رسانه های الکترونیکی ایران در عصر اینترنت مورد بررسی قرار گرفته است نتایج حاصل از این تحقیق مبین

^۱. Deuze

^۲. hyperlinks

^۳. Daniela V. Dimitrova, Matt Neznanski

این است که تعداد سایت روزنامه ها بیشتر از تعداد سایت های سایر رسانه ها است، و رسانه های اینترنتی با توجه به عوامل بازدارنده فنی، اجتماعی و اقتصادی به کندی توسعه می یابند. مقاله دیگری نیز در داخل ایران توسط غزال بی بک آبادی و علیرضا رضا خسروی (۱۳۹۲) تحت عنوان جایگاه و چگونگی روزنامه های برخط در آینده روزنامه نگاری ایران ارائه شده است. این پژوهش به روش دلفی و شیوه مصاحبه با متخصصان روزنامه نگاری و سپس غربال و یافتن توافق حداکثری، به ایده هایی دست یافتند که گویای موقعیت ها و ویژگی هایی برای آینده روزنامه نگاری سایبر است. که ۴۲ ایده یا پیش بینی به دست آمد که مهمترین مبنا یا اصلی ترین مفاهیم کلی آن تفاوت مسائل امروز با آینده، ماهیت مخاطب محوری در دنیای آینده، مالکیت و مدیریت روزنامه های برخط، شکل گیری دروازه بانی حرفه ای و نقش نخبگان در تهیه محتوا، همزمانی تعامل و رقابت رسانه ای، نقش با اهمیت ساختارهای اجتماعی و سیاسی از جمله دولت، تغییر ماهیت و نحوه محتوای ارائه شده، ماهیت چندگانه در عصر جدید "دنیای مجازی" شرایط و ساختار اقتصادی ویژه روزنامه های برخط، تغییر رویکرد، کارکرد و کاربرد رسانه ها، نقش عمده تکنولوژی ها و خلاقیت و در نهایت تفاوت مسائل رسانه ای ایران با جهان بوده است. حسین پارسی و ناصر الدین غراب (۱۳۹۵)، مقاله ای تحت عنوان مقایسه و گرایش و نگرش مخاطبان رسانه های چاپی نوشتاری با رسانه های اینترنتی، ۶۰ پرسشنامه بین دانشجویان شهر تهران در دو رده سنی ۲۰ تا ۳۰ سال و ۳۰ تا ۴۰ سال توزیع کردند. یافته های اولیه نشان از این داشت که گروه سنی زیر ۴۰ سال علاقه بیشتری برای استفاده از روزنامه نگاری اینترنتی دارند و گروه سنی بالای ۴۰ سال برعکس روزنامه های چاپی را ترجیح دادند. نتایج نشان داد که بیشترین چالش افراد عدم اعتماد به روزنامه نگاری اینترنتی باعث شد تا همان راه رسانه های چاپی را انتخاب کنند. همچنین بیشترین دلیل نگرش مثبت به رسانه های اینترنتی عواملی مانند سرعت و فراوانی محتوا برآورد شد.

مطالعاتی که در خارج از ایران انجام شده است توسط الانگوان و هارشیت گپتا (۲۰۱۵) مقاله ای تحت عنوان بررسی تاثیر برنامه های اخبار گوشی های هوشمند در رسانه های چاپی است و در این پژوهش عنوان کردند تحقیقاتی که بر تاثیر برنامه های خبری در مجلات خبری تأکید دارند، فرصتی برای درک اینکه چگونه خوانندگان به هر دو تکنولوژی نگاه می کنند و تصمیم می گیرند که از آنها استفاده کنند، فراهم می کند. این مطالعه با استفاده از روش سنجش از طریق پرسشنامه توزیع شده به صورت مستقیم و آنلاین انجام شده است. نتایج حاصل از این پژوهش نشان از آن دارد که نگرش مثبت نسبت به رسانه های چاپی ناسازگاری بیشتری نسبت به برنامه های خبری ایجاد می کند. ظاهراً، اگر نگرش مثبت باشد، نا هماهنگی بیشتر در مورد مجله چاپ خواهد بود. همچنین، در مورد برنامه های خبری معکوس است. لئوبولدینا و همکاران (۲۰۱۵) مقاله ای با عنوان روزنامه های چاپی و آنلاین را ارائه نموده اند. در این پژوهش تأکید بر این شده است که روزنامه های سنتی در وضعیت بحرانی قرار دارد و تلاش های زیادی برای غلبه بر این بحران صورت گرفته است. در این مطالعه، یک رویکرد چند روشی را اتخاذ کردند؛ ۱. یکپارچه سازی، تجزیه و تحلیل محتوای کیفی مقالات دانشجویی در مورد فیزیکی روزنامه های چاپی و آنلاین. ۲. استفاده خوانندگان از شیوه های مشاهدات قومی. ۳. مصاحبه های کارشناسی بوده است. یافته های این تحقیق نشان می دهد که خبرنگاران، روزنامه های چاپی و آنلاین را به عنوان اشیایی که با تجربه متفاوت آنها را درک می کنند، برجسته می کنند و نیاز به توسعه استراتژی های مونتاژ رسانه های چاپی و دیجیتال را برای غلبه بر بحران مطبوعات رسانه های چاپی برجسته می کنند. مقاله دیگری توسط چنی توماس (۲۰۱۳) با عنوان توسعه روزنامه نگاری در مواجهه با رسانه های اجتماعی ارائه شده است که در این مطالعه تحقیقاتی به بررسی دیدگاه روزنامه نگاران در مورد تاثیر رسانه های اجتماعی پرداخته شده است. یک سری از مصاحبه های انجام شده درباره روزنامه نگاران، تعامل با مخاطبان، و ظهور روزنامه نگاری شهروندی است، و همچنین ترجیحات روزنامه نگار برای کار با رسانه های اجتماعی بوده است که همه بررسی و اجرا می شوند و به عنوان بخشی از مطالعه و نتایجی که به دست آمد، نشانگر این است که رسانه های اجتماعی به شدت شیوه های روزنامه نگاری را تغییر می دهند. دانیلا دیمیتروا و مت نیزانسک (۲۰۰۶)

نیز مقاله تحت عنوان روزنامه نگاری آنلاین و جنگ در فضای مجازی: مقایسه ای بین روزنامه های بین المللی ایالات متحده آمریکا را ارائه داده اند. این مطالعه به بررسی نحوه انتشار اخبار مربوط به جنگ در اینترنت توسط ۲۶ سایت بین المللی روزنامه (N = ۷۹۱) و استفاده از ویژگی های خاص وب مانند لینک ها، انیمیشن ها، محتوای چندرسانه ای و عناصر تعاملی پرداخته اند، همچنین با ارائه یک مدل سه مرحله ای از روزنامه نگاری آنلاین و استفاده از آن به پوشش جنگ آنلاین می پردازند، تفاوت در پوشش خبری آنلاین بین ایالات متحده و وب سایت های بین المللی و پیامدهای آنها نیز مورد بحث قرار گرفته است که نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل ها نشان می دهد که روزنامه نگاری آنلاین به حالت همگرایی رسیده است. پایان نامه ای توسط بریان جی داراک (۲۰۱۳) تحت عنوان الگوهای توجه: رسانه های سنتی و جدید از دانشگاه کارولینای شمالی ارائه شده است. نتایج به دست آمده از این پژوهش که در قالب پایان نامه است. پیش بینی شده است که در utopia^۱ اطلاعات اینترنتی، در رسانه های جدید در مقایسه با رسانه های سنتی، سطح بالایی از تنوع توجه وجود خواهد داشت. با این حال، در هر دو وبلاگ و توئیتر، در اغلب موارد، میزان قابل توجهی پایین تر از تنوع در یک منبع منفرد (وبلاگ شخصی یا حساب توئیتر) مشاهده شده است و در هنگام ترکیب، وبلاگ و توئیتر، هر دو نمایش مشابه دارد، بنابراین، داده های به دست آمده از این تحقیق نشان می دهد عدم وجود تفاوت قابل توجه در گسترش توجه بین رسانه های سنتی و جدید است. با استفاده از این اندازه گیری، نتایج به دست آمده نشانگر آن است که رسانه های سنتی با رسانه های جدید یکسان هستند. و اخبار را رسانه های سنتی در حال حاضر پوشش می دهند.

تحقیقاتی که در داخل ایران توسط نصیری و محمدی نژاد (۱۳۸۵)، جمعه زاده و همکاران (۱۳۹۱)، بی بک آبادی و خسروی (۱۳۹۲) پارس و غراب (۱۳۹۵) انجام شده است بیشتر توجه بر انسجام اجتماعی و مسائل اقتصادی، خلاقیت و تحصیلات داشته اند و تغییر ساختاری مطبوعات چاپی را در عصر دیجیتال عوامل ذکر شده دانسته اند در صورتی که در پژوهش حاضر چالش های اصلی مطبوعات چاپی در جزیره کیش از لحاظ محتوایی و فرایند دستیابی به مطبوعات چاپی و الکترونیکی در عصر دیجیتال بررسی شده است و فرق پژوهش حاضر با تحقیق دانشگر و حاتم وند (۱۳۹۴) بر روی تکنیک های خلاقیت است که خلاقیت بخشی از محتوای رسانه های بررسی شده در پژوهش حاضر بوده است.

پژوهشی که خارج از کشور انجام شده است. مربوط به الگو و هارشیت گپتا (۲۰۱۵) و بریان جی داراک (۲۰۱۳) است که در تحقیقات انجام شده به بررسی گوشی های هوشمند و روزنامه های چاپی در بستر اینترنت پرداخته اند تا بتوانند به مخاطبان خود آگاهی استفاده از هر دو تکنولوژی و یکسان بودن این دو رسانه را بدهند. در حالی که پژوهش حاضر به چالش های پیش رو و ویژگی های رسانه های دیجیتال در برابر رسانه های چاپی و رضایتمندی مخاطبان از رسانه های چاپی و دیجیتالی پرداخته شده است. لئوپولدینا و همکاران (۲۰۱۵) و چنی توماس (۲۰۱۳) و دانیلا دیمیترو و مت نیزانسک (۲۰۰۶) طبق تحقیقاتی که انجام داده اند به نتایجی رسیده اند که خبر از وضعیت بحرانی رسانه های چاپی دارند که برای مقابله با آنها روش هایی را ارائه کرده اند و همچنین رسانه های اجتماعی به شدت باعث تغییر شیوه های روزنامه نگاری شده است در واقع روزنامه نگاری آنلاین و جنگ در فضای مجازی روزنامه های آنلاین را به حالت همگرایی کشانده است که در پژوهش حاضر می توان به همان فرایند دستیابی اشاره کرد که شیوه های خبرنگاری تصویری، گرافیکی و فیلم از ویژگی های این رسانه می باشد که باعث تغییراتی در روزنامه نگاری سنتی ایجاد کرده است.

لذا در این تحقیق با توجه به ادبیات نظری پیشنهاد می شود:

فرضیه اصلی:

چه چالش هایی پیش روی رسانه های مکتوب محلی جزیره کیش در عصر دیجیتال وجود دارد؟

^۱. utopia

فرضیه های فرعی:

بین کیفیت محتوایی روزنامه های محلی جزیره کیش و روزنامه های الکترونیک تفاوت اساسی وجود دارد؟
 بین فرایند دستیابی به روزنامه های مکتوب و روزنامه های الکترونیک تفاوت اساسی وجود دارد؟

۳. روش تحقیق:

در این تحقیق، از دو روش مطالعات کتابخانه ای و میدانی استفاده شده است. برای جمع آوری داده های ادبیات نظری از طریق مطالعات کتابخانه ای، مقالات و پایان نامه ها استفاده شده است. طبق آمار ارائه شده جامعه آماری (N=27000) نفر است. روش نمونه گیری ساده است و تعداد نمونه به دست آمده در این پژوهش توسط فرمول نمونه گیری کوکران محاسبه شده است. تعداد نمونه (n=378) نفر برآورد شده است. در این پژوهش با توجه به ماهیت موضوع و همچنین محدودیت های زمانی برای دریافت اطلاعات و جمع آوری داده های پژوهش از پرسشنامه استفاده شده است. پرسشنامه شامل 34 گویه و دو متغیر اصلی است که به سنجش کیفیت محتوایی روزنامه های مکتوب در مقایسه با روزنامه نگاری الکترونیک و فرایند دستیابی به روزنامه های مکتوب در مقایسه با روزنامه نگاری الکترونیک پرداخته شده است. در این تحقیق جهت محاسبه، ضریب پایایی استفاده شده است. کیفیت محتوای روزنامه های مکتوب 83.2٪ و فرایند محتوای روزنامه های مکتوب 89.1٪ است. از همین رو با استفاده از نرم افزار SPSS به محاسبه این مقدار پرداخته شده است.

در این تحقیق به منظور پایایی پرسشنامه یک نمونه اولیه شامل 30 پرسشنامه پیش آزمون تهیه شد و سپس با استفاده از داده های به دست آمده از این پرسشنامه ها و به کمک نرم افزار SPSS19 میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ محاسبه شد که برای معیار فرایند دستیابی به روزنامه های مکتوب 74.5٪ است. این عدد نشانگر آن است که پرسشنامه مورد استفاده از قابلیت اعتماد و یا به عبارت دیگر از پایایی لازم برخوردار است.

تجزیه و تحلیل داده ها:

تجزیه و تحلیل داده ها فرایندی چند مرحله ای است که طی آن داده هایی که از طریق به کارگیری ابزارهای جمع آوری در نمونه آماری فراهم آمده اند، خلاصه، کد بندی، دسته بندی و در نهایت پردازش شدند تا زمینه برقراری انواع تحلیل ها و ارتباط ها بین این داده ها به منظور آزمون فرضیه ها فراهم آید. تحلیل اطلاعات شامل سه عملیات اصلی است. ابتدا شرح و آماده سازی داده های لازم برای آزمون فرضیه ها، سپس تحلیل روابط میان متغیرها و در نهایت مقایسه نتایج مشاهده شده با نتایجی که فرضیه ها انتظار داشتند. در این فرآیند داده ها هم از لحاظ مفهومی و هم از لحاظ تجربی پالایش شدند و از طریق تحلیل های استنباطی و با استفاده از آزمون آماری t تک نمونه به آزمون فرضیه های مطرح شده پرداخته شده است.

جدول شماره ۱، اطلاعات جمعیت شناختی

متغیر	گزینه ها	N	%	متغیر	گزینه ها	N	%
سن	۲۰ تا ۳۰	۱۲۰	۳۱,۷۴	جنسیت	مرد	۲۵۷	۶۷,۹۸
	۳۰ تا ۴۰	۱۷۴	۴۶,۰۳		زن	۱۲۱	۳۲,۰۱
	۴۰ تا ۵۰	۵۱	۱۳,۴۹		جمع	۳۷۸	۱۰۰
	۵۰ تا ۶۰	۳۳	۸,۷۳	شغل	کارمند	۱۵۷	۴۱,۵۳
	جمع	۳۷۸	۱۰۰		خویش فرما	۶۲	۱۶,۴۰
تحصیلات	دیپلم	۲۵	۶,۶۱		خانم خانه دار	۴۳	۱۱,۳۷
	فوق دیپلم	۴۲	۱۱,۱۱		آزاد	۱۱۶	۳۰,۶۷
	لیسانس	۱۶۷	۴۴,۱۷		جمع	۳۷۸	۱۰۰
	فوق لیسانس	۱۱۷	۳۰,۹۵	بر حسب میزان مطالعه مطبوعت	چاپی	۱۷۰	۴۴,۹۷
	دکترا	۲۷	۷,۱۴		الکترونیکی	۲۰۸	۵۵,۰۲
	جمع	۳۷۸	۱۰۰		جمع	۳۷۸	۱۰۰

اطلاعات جمعیت شناختی در این پژوهش شامل کل افراد نمونه ۳۷۸ نفر است. که از این نمونه ۲۵۷ نفر مرد و ۱۲۱ نفر زن بوده اند. نمونه ها در چهار دسته سنی قرار گرفته اند. به این ترتیب طیف سنی ۳۰ تا ۴۰ سال با ۴۶,۰۳ بیشترین افرادی که به پرسشنامه مذکور پاسخ داده اند. را شامل می شوند و گروه سنی ۵۰ تا ۶۰ سال ۸,۷۳ کمترین افراد پاسخگو به این پرسشنامه بوده اند. همچنین بیشترین کسانی که به پرسشنامه مذکور پاسخ داده اند دارای مدرک لیسانس ۴۴,۱۷ هستند. و کمترین آنها دارای مدرک دیپلم ۶,۶۱ بوده اند. و میزان مطالعه روزنامه های مکتوب، در پنج گویه (خیلی کم، کم، متوسط، زیاد، خیلی زیاد) مورد سنجش قرار گرفته است که کمترین میزان مطالعه روزنامه های مکتوب ۴۴,۹۷ بوده اند. و همچنین ۵۵,۰۲ کسانی که بیشترین مطالعه روزنامه های دیجیتال را داشته اند.

بر اساس نتایج به دست آمده بیشترین رضایتمندی از روزنامه های الکترونیکی با ۵۵,۰۲ می باشد. با توجه به نتایج ارائه شده و نرمال بودن توزیع داده های مربوط به کیفیت محتوای و فرایند دستیابی به اخبار و اطلاعات می توان از آمار پارامتریک جهت آزمون فرضیه های پژوهش استفاده کرد. با توجه به جدول شماره ۲ و نتایج حاصل از آزمون آماری t تک نمونه که بر اساس توزیع پرسشنامه اجرا شده است.

کیفیت محتوای: گسترش و تنوع منابع رسانی ($R=0,25, k=0,554$)، صحت و درستی اخبار ($R=0,066, k=-1,018$)، دسترسی ادبیات جهانی ($R=0,043, k=-0,35$)، گرافیک به کار گرفته شده ($R=0,119, k=0,585$)، رفتارهای افقی و بدون سلسه ($R=0,747, k=0,582$)، روزنامه نگاری ($R=1,048, P=1,50$).

فرایند دستیابی: سرعت در اطلاع رسانی: ($R=0,125, k=-0,571$)، عدم محدودیت زمان ($R=1,091, k=0,51$)، امکان ارتباط بی واسطه ($R=1,093, k=0,418$)، امکان شخصی شدن ($R=-1,726, k=0,817$). می توان گفت که توزیع داده های مربوط به متغیر های پژوهش در هر دو گروه نرمال می باشد.

جدول شماره ۲، مقادیر چولگی، کشیدگی و خطای انحراف استاندارد چولگی و کشیدگی متغیرهای پژوهش

متغیر	مؤلفه	چولگی	خطای انحراف چولگی	خطای انحراف کشیدگی	استاندارد کشیدگی
کیفیت محتوایی	گسترش و تنوع اطلاع رسانی	-۰,۲۵	۰,۱۰۵	-۰,۵۵۴	۰,۲۲
	صحت و درستی اخبار	۰,۰۶۶	۰,۱۰۵	-۱,۰۱۸	۰,۲۲
	دسترسی به ادبیات جهانی	۰,۰۴۳	۰,۱۰۵	-۰,۳۵	۰,۲۲
	امکان استفاده از گرافیک	-۰,۱۱۹	۰,۱۰۵	۰,۵۸۵	۰,۲۲
	رفتارهای افقی و بدون سلسله	-۰,۷۴۷	۰,۱۰۵	۰,۸۵۲	۰,۲۲
	روزنامه نگاری	۱,۰۴۸	۰,۱۰۵	۱,۵۰	۰,۲۲
فرایند دستیابی	سرعت در اطلاع رسانی	۰,۱۲۵	۰,۱۰۵	-۰,۵۷۱	۰,۲۲
	عدم محدودیت زمانی	-۱,۰۹۱	۰,۱۰۵	۰,۵۱	۰,۲۲
	امکان ارتباط بی واسطه	-۱,۰۹۳	۰,۱۰۵	۰,۴۱۸	۰,۲۲
	امکان شخصی شدن	-۱,۷۲۶	۰,۱۰۵	۰,۸۱۷	۰,۲۲

با توجه به فاصله ای بودن نوع متغیر و همچنین نرمال بودن توزیع داده های مربوط به کیفیت محتوا و دستیابی به اخبار و اطلاعات می توان از آمار پارامتریک جهت آزمون فرضیه های پژوهش استفاده کرد. بررسی چالش های پیش روی رسانه های چاپی در جزیره کیش در عصر دیجیتال از منظر پاسخ دهندگان به پرسشنامه های توزیع شده در کیش و مقادیر میانگین متغیرها که در جدول شماره ۳ ارائه شده است. نشان از آن دارد که مقادیر به دست آمده نشان دهنده وضعیت نامطلوب روزنامه های مکتوب در جزیره کیش می باشد.

جدول شماره ۳، نتایج حاصل از اولویت بندی چالش های پیش روی روزنامه های مکتوب

رتبه	میانگین	عملکرد
۹	۳,۵۶	کیفیت محتوایی
۶	۳,۹۱	گسترش و تنوع منابع اطلاع
۱۰	۳,۵۴	صحت و درستی اخبار
۱۱	۳,۲۲	دسترسی به ادبیات جهانی
۱۱	۳,۲۲	امکان استفاده از گرافیک
۲	۴,۱۷	رفتارهای افقی و بدون سلسله
۸	۳,۵۷	روزنامه نگاری
۳	۴	دستیابی به اخبار و اطلاعات
۵	۳,۹۲	سرعت در اطلاع رسانی
۴	۳,۹۵	عدم محدودیت زمانی
۷	۳,۸۱	امکان ارتباط بی واسطه
۱	۴,۷۹	امکان شخصی شدن

بر اساس نتایج حاصل از اجرای آزمون آماری t تک نمونه مخاطبان روزنامه های مکتوب و الکترونیکی در جزیره کیش چنین استنباط می شود که وضعیت کیفیت محتوایی با نقطه برش تفاوت معناداری دارد و کیفیت محتوایی روزنامه های دیجیتال از روزنامه های مکتوب در سطح اطمینان ۹۹ درصد بیشتر است.

می توان گفت متغیرهای گسترش و تنوع منابع اطلاع رسانی ($B=0.538, t=28.240, p=0.000$) و صحت و درستی اخبار ($B=0.538, t=13.923, p=0.000$) و دسترسی به ادبیات جهانی ($B=0.538, t=8.441, p=0.000$) و امکان استفاده از گرافیک ($B=0.538, t=7.619, p=0.000$) و رفتارهای افقی و بدون سلسله ($B=0.538, t=48.428, p=0.000$) و روزنامه نگاری ($B=0.538, t=32.522, p=0.000$) نتایج نشانگر این است که وضعیت کیفیت محتوایی از سطح معناداری با اطمینان ۰.۹۹ بین روزنامه های مکتوب و روزنامه های الکترونیک در عصر دیجیتال تفاوت اساسی برخوردار است. و همچنین متغیرهای فرایند دستیابی به اخبار و اطلاعات: سرعت در اطلاع رسانی ($B=0.538, t=33.51, p=0.000$) و عدم محدودیت زمانی ($B=0.538, t=24.318, p=0.000$) امکان ارتباط بی واسطه ($B=0.538, t=22.086, p=0.000$) و امکان شخصی شدن ($B=0.538, t=85.694, p=0.000$) در سطح اطمینان ۹۹ درصد بین روزنامه های مکتوب و روزنامه های الکترونیک در عصر دیجیتال تفاوت اساسی وجود دارد.

۴. نتیجه گیری:

هدف اصلی از انجام این پژوهش ارزیابی چالش های پیش روی مطبوعات چاپی جزیره کیش در عصر دیجیتال می باشد. که بر اساس نتایج حاصل از مقادیر میانگین متغیرهای کیفیت محتوا و فرآیند دستیابی در این پژوهش که در جدول شماره ۳ بر اساس نظر مخاطبان به دست آمده است. می توان گفت مخاطبان رسانه های مکتوب و دیجیتال بیشترین اهمیت را به شخصی شدن می دهد، همین امر ضمن اینکه منجر به صرفه جویی در زمان می شود مطالب آماده و مورد علاقه مخاطب نیز بدون هیچ محدودیتی در اختیارش قرار می گیرد. چنین فضایی شرایطی را برای مخاطبان این رسانه ها فراهم می کند که علاوه بر مشاهده و دسترسی به اطلاعات، قابلیت به اشتراک گذاری اطلاعات نیز فراهم می باشد. فرایند دستیابی به اطلاعات از فاکتورهای مهمی است و قدرت اول کشورها محسوب می شود که در این میان بحث اینترنت لازمه به تحقق پیوستن این امر مهم در فضای الکترونیکی است که بایستی از بستر مناسبی برخوردار باشد و فیلترینگ های گسترده و مقطعی می تواند اهمیت این مساله را آشکار و قابل ملموس جلوه دهد. و همچنین گرافیک به کار رفته در مطبوعات و دسترسی به ادبیات جهانی واژه ها نسبت به مولفه های عنوان شده از اهمیت پایینی برخوردار است که همین موضوع نیز ارتباط مستقیم با درک و مفهوم واژه ها توسط مخاطبان می باشد و تحت تاثیر فضای اقتصادی و اجتماعی حاکم بر جامعه است.

نتایج حاصل از کیفیت محتوایی روزنامه های مکتوب و روزنامه الکترونیکی نشان از آن دارد که در مجموع مخاطبان علاقمندی بیشتری را به روزنامه های دیجیتال دارند زیرا به دلیل اینکه تنوع اطلاع رسانی نسبت به روزنامه های چاپی بیشتر است و قابلیت صحت و درستی اخبار، دسترسی به واژه ها و کاربرد طرح های گرافیکی بدون محدودیت از ویژگی های روزنامه های دیجیتالی می باشد. ولی رفتاری های افقی و بدون سلسله و نوع روزنامه نگاری در روزنامه های دیجیتال کمتر از روزنامه های مکتوب می باشد. یافته ها نشان می دهد که فرایند دستیابی به روزنامه های مکتوب و روزنامه الکترونیک که شامل کلیه مراحل و عواملی از قبیل محدودیت های زمانی و مکانی، واسطه ها، تکنولوژی، صرف هزینه و... می باشد بهتر از روزنامه های مکتوب است. این یافته ها همچنین نشان از آن دارد که سرعت ورود و پذیرش روزنامه نگاری الکترونیکی در هر سطحی از جایگاه اجتماعی و با پیشرفت تکنولوژی و ابزارهای موجود در ایران قابل تامل است که تاثیر پذیری چنین اتفاقی با تحولات اجتماعی و فرهنگ جامعه همراه بوده است.

منابع و مأخذ:

منابع فارسی:

- بروجردی علوی، مهدوخت (۱۳۸۰)، دروازه بانی خبر چیست و دروازه بانان کیستند؟ روزنامه نگاری حرفه ای، مجموعه مقالات، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.
- بهاره نصیری و علیرضا محمدی نژاد گنجی (۱۳۸۵). مقاله چالش های روزنامه نگاری الکترونیک در برابر روزنامه نگاری مطبوعاتی.
- پیر آلبر، مطبوعات (۱۳۶۸) ترجمه فضل الله جلوه، تهران، سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی.
- پروانه پیشنمازی (۱۳۹۱) نگاهی به وضعیت رسانه های الکترونیک و روزنامه نگاری آنلاین در ایران و چشم انداز آتی آن.
- سیدمحمد مکتبی (۱۳۸۴) خبر و اخلاق خبرنگاری، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما.
- سولماز نوری و علی شاه شجاعی (۱۳۸۹)، اخلاق اطلاعات در محیط دیجیتال.
- سید جواد امام جمعه زاده، سیدمرتضی نوعی باغبان، محمودرضا رهبرقاضی، زهرا صادقی نقدعلی (۱۳۹۱)، بررسی رابطه ای و انسجام اجتماعی، مطالعه موردی جوانان شهر تبریز.
- غزال بی بک آبادی و علیرضا رضا خسروی (۱۳۹۲)، مقاله جایگاه و چگونگی روزنامه های برخط در آینده روزنامه نگاری ایران.
- فهیمة دانشگر، حدیث حاتم وند (۱۳۹۴)، رابطه تکنیک های دیجیتال با خلاقیت در آگهی های مطبوعاتی در ایران.
- معمد نژاد (۱۳۸۶) تهران، انتشارات علامه طباطبایی، چاپ ششم.
- نک: مارتین واکر (۱۳۷۲) قدرت های جهان مطبوعات، ترجمه م. قاند، تهران، مرکز.

منابع لاتین:

- By Bryan J. Dworak, (۲۰۱۳), Patterns of Attention: Traditional and New Media.
- Broadhurst, R. (۲۰۰۳). "E-commerce & cybercrime: Issues, problem & prevention". Asia-Pacific Conference on Cybercrime and Information Security, Seoul, Republic of Korea.
- Cheney Thomas, (۲۰۱۳), The development of journalism in the face of social media, A study on social media's impact on a journalist's role, method and relationship to the audience, Master of Communication Thesis/Thesis work in Communication, Report No. ISSN: ۱۶۵۱-۴۷۶۹.
- Deloitte, (۲۰۱۰) "Deloitte's 'Revolutions' Survey," PR Newswire.
- D.L Shaw, (۱۹۹۱) "The rise and fall of American mass media: Roles of technology and leadership," in Public Lecture in Journalism and Mass Roy W. Howard, Ed.
- Damian Radcliffe and Christopher Ali, (۲۰۱۷), Local News in a Digital World: Small-Market Newspapers in the Digital Age.
- Daniela V. Dimitrova, Matt Neznanski, (۲۰۰۶), Online Journalism and the War in Cyberspace: A Comparison Between U.S. and International Newspapers.
- Elangovan N, Harshit Gupta. (۲۰۱۵), Impact of Smartphone News Apps on Print Media—A Twin TAM Framework.
- Glen, Ward Scott, (۲۰۰۶) "Mapping mediamorphosis: How print newspaper circulation influences features of audience participation at online news sites," School of Journalism and Mass communication University, of North Carolina.
- Korea of Republic, Seoul, Security Information and Cybercrime on Conference pacific Asia".

prevention & problem, Issues: cybercrime & commerce-E)."۲۰۰۳.

Lee A. M and E B Lee, (۱۹۹۳), The Fine Art of Propaganda: A Study of Father Coughlin's - Speeches,

New York: Harcourt, Brace, and Company.

Loader B. D.ed.(۱۹۹۷) The Governance of Cyberspace. Politics, and Global Restructuring, London:

Routledge.

Leopoldina; Taipale, Sakari; Farinosi, Manuela,(۲۰۱۵), Print and online newspapers as material artefacts.

Massey, B. L., & Levy, M. R. (۱۹۹۹). Interactivity, online journalism, and English-language web newspapers in Asia. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, ۷۶(۱).

Rogers, Everett (۱۹۸۶) communication technology: The new media in society.

Seok Yoo,(۲۰۰۳)"News content comparisons between online and print versions on daily newspaper

in the U.S., " Dept of Telecommunication, Michigan State University.

Sue Burzynski Bullard,(۲۰۱۳),social media and Journalism: what works best and why it matters.

West,Johnny Karama!(۲۰۱۱) London: Heron Books.

Archive of